



**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI KEAMANAN,
KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, HARGA SERTA KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
LAZADA *MOBILE MARKETPLACE* DI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh

YANIK ROHMAWATI

201511198

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2019

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI KEAMANAN,
KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, HARGA SERTA KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
LAZADA MOBILE MARKETPLACE DI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,.....

Kudus,

Mengetahui,

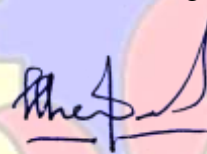
Ketua Program Studi Manajemen



(Dina Lusianti, SE., MM,AAK)

NIDN. 0630098401

Pembimbing 1



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)

NIDN. 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Iwan Suroso, SE, MM)

NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

(Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kelapangan). Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain (Maka apabila kamu telah selesai) dari salat (bersungguh-sungguhlah kamu) di dalam berdoa dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap

(QS.Al Insyirah ayat 6-8)

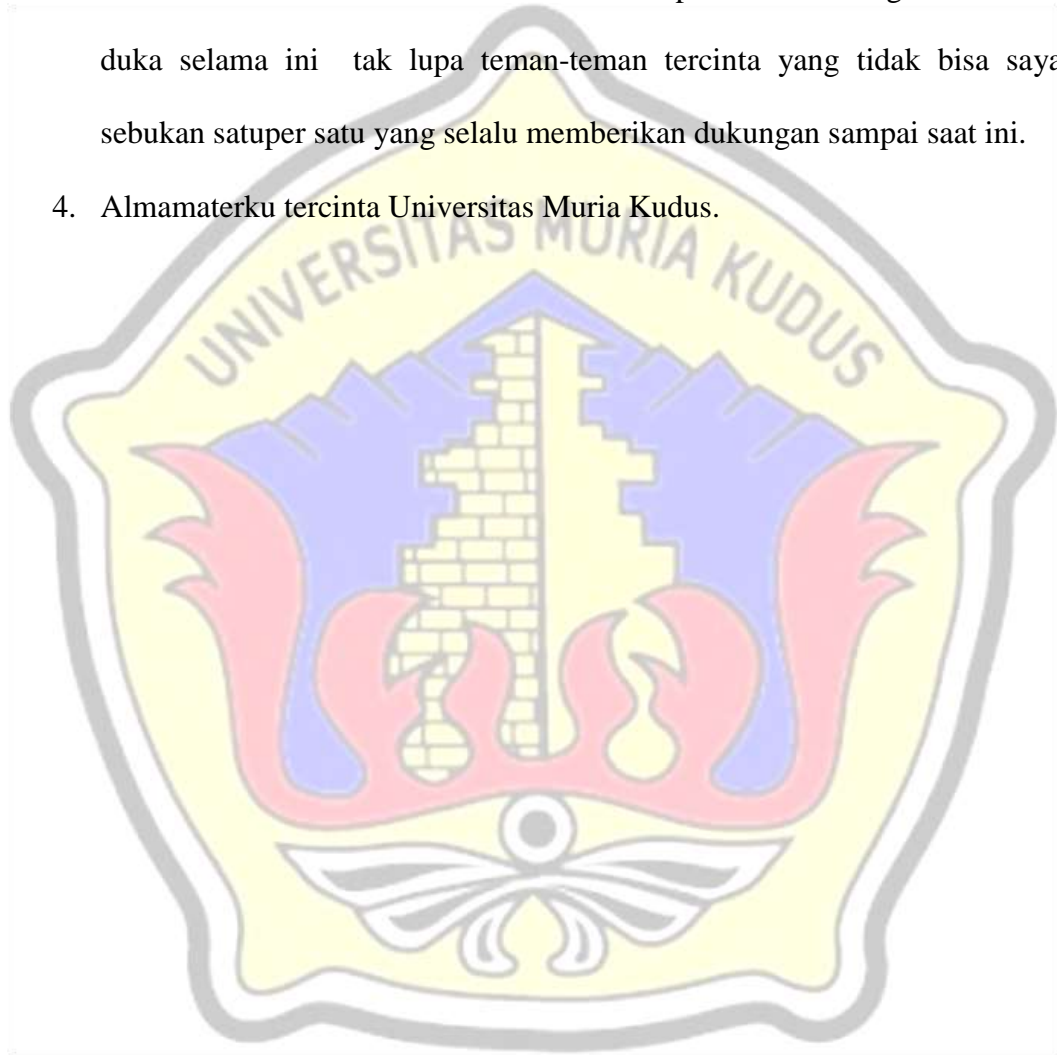
PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas kasih sayang-Mu skripsi ini dapat selesai dengan lancar. Engkaulah sebaik-baiknya Perencana.
2. Ibu dan bapak untuk doa yang tiada henti yang dilantunkan untukku, bantuan dan semangat yang tiada batas. Semoga ini bisa sedikit membahagiakan kalian. Terima kasih atas kasih sayang yang sudah diberikan sampai saat ini, terima kasih untuk selalu percaya pada mimpi-mimpi saya. Tunggulah sampai mimpi-mimpi saya terwujud, kita akan berbahagia bersama. Untuk semua nilai-nilai yang diwariskan kepada saya. Ibu, untuk lantunan doa-doa yang tidak pernah terputus setiap malam

dan membalut diseluruh tubuhku, terimakasih selalu memberikan nasihat yang selalu membangkitkan semangat.

3. Keluargaku, sahabat-sahabatku Kafid, Andrian, Ipung, Tera terimakasih sudah menemani masa kuliahku dengan sangat menyenangkan, dan Mas badri terimakasih sudah menemani selama perkuliahan dengan suka dan duka selama ini tak lupa teman-teman tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satuper satu yang selalu memberikan dukungan sampai saat ini.
4. Almamaterku tercinta Universitas Muria Kudus.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga serta Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada Mobile Marketplace di Kudus”**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Dr. H. Suparno, SH. MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin pada penelitian ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan baik dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Iwan Suroso., SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Dina Lusianti, SE., MM.AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang memberikan pengarahannya pada Program Studi Manajemen.
 5. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan kasih sayangnya, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 7. Sahabat dan teman-temanku yang telah memberikan dukungan selama ini.
 8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus,

2018

Penulis

Yanik Rohmawati
NIM 201511198

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI KEAMANAN,
KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, HARGA SERTA KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
LAZADA *MOBILE MARKETPLACE* DI KUDUS**

YANIK ROHMAWATI
201511198

Pembimbing 1 : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM
2 : Iwan Suroso., SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh gaya hidup, persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, harga serta keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada *Mobile Marketplace* di Kudus. Objek dalam penelitian ini adalah Lazada *Mobile Marketplace* dengan sampel pada konsumen Lazada *Mobile Marketplace* di Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui metode *survey*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji t (parsial) dan uji F (serempak). Proses perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel Independen (gaya hidup, persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, harga serta keragaman produk) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara berganda menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : gaya hidup, persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, harga serta keragaman produk, keputusan pembelian.

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF LIFESTYLE, SECURITY PERCEPTION,
TRANSACTION EASY, PRICE AND PRODUCT DIVERSITY ON LAZADA
MOBILE MARKETPLACE CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN
KUDUS***

YANIK ROHMAWATI
201511198

Advistor 1 : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM
2 : Iwan Suroso., SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of lifestyle influences, perceptions of security, ease of transaction, price and product diversity on consumer purchasing decisions of Lazada Mobile Marketplace in Kudus. The object in this study is Lazada Mobile Marketplace with samples on Lazada Mobile Marketplace consumers in Kudus. This type of research is descriptive. The sample in this study were 97 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis accompanied by t test (partial) and F test (simultaneously). The calculation process uses the help of the SPSS version 24.0 application. The results of the tests show that all independent variables (lifestyle, security perceptions, ease of transactions, price and product diversity) partially have a significant effect on purchasing decisions. Multiple test results show that all independent variables together have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *lifestyle, perception of security, ease of transactions, price and product diversity, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

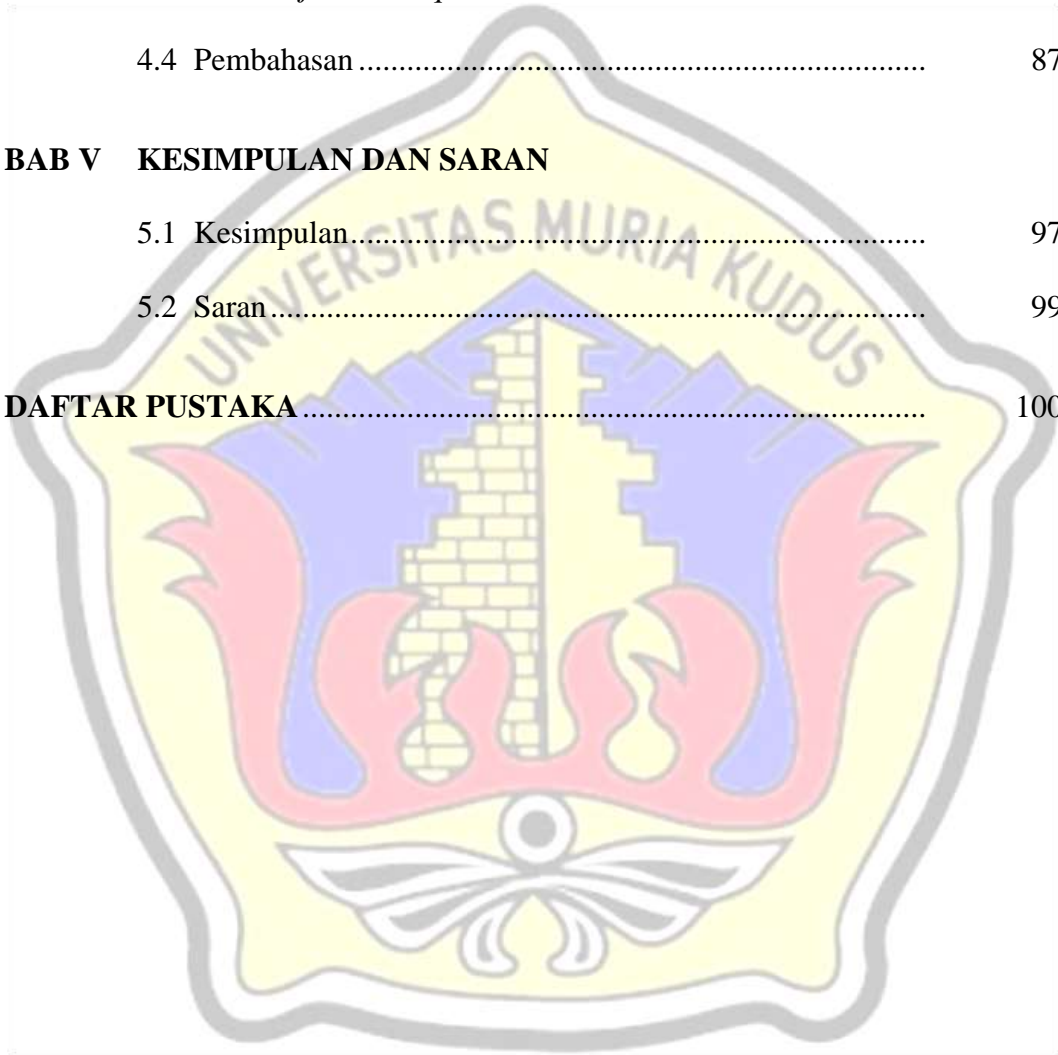
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi <i>Marketplace</i>	11
2.2 Gaya Hidup.....	12
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup.....	12
2.2.2 Indikator Gaya Hidup	13
2.3 Persepsi Keamanan.....	14
2.3.1 Pengertian Persepsi Keamanan.....	14

	Halaman
2.3.2 Dimensi Keamanan	15
2.3.3 Indikator Keamanan	17
2.4 Kemudahan Bertransaksi.....	19
2.4.1 Pengertian Kemudahan Bertransaksi.....	19
2.4.2 Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	19
2.4.3 Indikator Kemudahan Bertransaksi	20
2.5 Harga	21
2.5.1 Pengertian Harga	21
2.5.2 Indikator Harga.....	22
2.6 Keragaman Produk	24
2.6.1 Pengertian Keragaman Produk.....	25
2.5.2 Indikator Keragaman Produk	27
2.7 Keputusan Pembelian	29
2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.7.2 Dimensi Pembelian Konsumen	30
2.7.3 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.8 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.8.1 Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.8.2 Hubungan Persepsi Keamanan dengan Keputusan pembelian	35

	Halaman
2.8.3 Hubungan Kemudahan Bertransaksi dengan Keputusan pembelian	35
2.8.4 Hubungan Harga dengan Keputusan pembelian	35
2.8.5 Hubungan Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian	36
2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
2.10 Kerangka Pikir Teoritis	40
2.11 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.2.1 Variabel Penelitian	43
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1 Jenis Data	47
3.3.2 Sumber Data	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel	48
3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen Penelitian	50
3.6.1 Uji Validitas	51

	Halaman
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.7 Metode Pengolahan data.....	57
3.7.1 <i>Scoring</i>	57
3.7.2 <i>Coding</i>	57
3.7.3 <i>Editing</i>	58
3.7.4 <i>Tabulating</i>	58
3.8 Metode Analisis Data	59
3.9 Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lazada.....	63
4.1.1 Sejarah Lazada.....	63
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Lazada	65
4.1.3 Jenis Produk dan Layanan Lazada	65
4.2 Penyajian Data.....	66
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden.....	66
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	66
4.2.2.1 Variabel Gaya Hidup (X_1).....	69
4.2.2.2 Variabel Keamanan (X_2).....	70
4.2.2.3 Variabel Kemudahan Bertransaksi (X_3).....	71
4.2.2.4 Variabel Harga (X_4)	72
4.2.2.5 Variabel Keragaman Produk.....	73
4.2.2.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	74

	Halaman
4.3 Analisis Data	75
4.3.1 Uji t Parsial	78
4.3.2 Uji Berganda.....	85
4.3.3 <i>Adjusted R Square</i>	86
4.4 Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	52
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan	53
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Bertransaksi.....	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	54
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk.....	55
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.2 Usia Responden	67
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	68
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	69
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	70
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keamanan	71
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Kemudahan Bertransaksi.....	72
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Harga	73
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keragaman Produk	74
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	75
Table 4.11 Hasil Regresi	76
Tabel 4.12 Hasil Uji F	85
Tabel 4.13 Hasil <i>Ajusted R Square</i>	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Marketplace Pada Q1-Q4.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Teoritis	41

